



Postulación para:

CAPITAL SEMILLA EMPRENDE 2024 - REGION METROPOLITANA

Fecha envío postulación: **17/05/2024 02:37**

Fecha de cierre: **17/05/2024 12:00**

Postulante: **Mauricio Cristian Cárcamo Díaz**

RUN: **17402237-2**

Tipo RUT: **Persona Natural**

Ámbito 1: Datos generales

1.1 ¿Tiene usted presente que las respuestas que indique a continuación podrán ser eventualmente corroboradas por Sercotec en futuras etapas de la convocatoria?

Sí.

1.2 Nombre del proyecto.

Kitty-Paw

1.3 Descripción del proyecto.

Kitty-Paw es la combinación de un dispositivo IoT (Internet de las Cosas) y una aplicación móvil para mejorar el bienestar y potenciar la tenencia responsable de mascotas. Este dispositivo se compone de 2 platos inteligentes que tienen integrados distintos sensores para medir el consumo de agua y alimento de tu mascota, como también el entorno en el cual habita por medio de sensores de temperatura, humedad y luz. Estos sensores envían los datos a la aplicación, donde son vinculados con la información del perfil de la mascota y de esta forma entregar un servicio personalizado de monitoreo y análisis de los datos por medio de machine learning, lo que permite identificar ciclos de consumo de alimento, diversas variaciones y posibles predicciones en el bienestar de la mascota. El modelo de negocio se compone de la venta del dispositivo y la suscripción de los usuarios a la aplicación para acceder a un análisis avanzado, diversas notificaciones y reportes personalizables en la versión pagada, dando paso a una forma innovadora de cuidado y tenencia responsable de nuestras mascotas. Los principales segmentos de clientes objetivo son: personas dueñas de mascotas, personas nativas tecnológicas (millennials) y empresas de servicios y productos para mascotas.

1.4 Seleccione su rubro.

Servicios informáticos.

1.5 Autorizo publicar mi video en redes sociales de Sercotec.

Ámbito 2: Perfil de la emprendedor o emprendedora

2.1 ¿Cómo demuestra su liderazgo con su equipo y/o con las personas que le apoyan? Escoja una alternativa.

Escucha a los y las integrantes del equipo y les hace sentir que su contribución es valiosa.

2.2 En una red de apoyo, ¿qué elemento es para usted el más importante? Escoja una alternativa.

Encontrar apoyo financiero.

2.3 ¿Qué opinión tiene sobre colaborar y vincularse con otros emprendimientos? Escoja una alternativa.

Cree que es importante para que los negocios puedan aprender de otros y desarrollarse más fácilmente.

2.4 Cuando enfrenta cambios en su negocio, ¿cómo se adapta? Escoja una alternativa.

Le gusta probar cosas nuevas y se adapta fácilmente a los cambios.

2.5 ¿Qué haría si se instala en su territorio una empresa que ofrece su mismo producto o servicio? Escoja una alternativa.

Mantenerse fiel a la estrategia de negocio y confiar en que los clientes leales seguirán comprando sus productos o servicios.

2.6 Según su opinión, ¿cuál cree que es el principal beneficio de testear o probar un producto y/o idea antes de lanzarlo? Escoja una alternativa.

Saber si genera un interés real en sus potenciales clientes.

2.7 Al lanzar un nuevo producto o servicio de su emprendimiento, usted (escoja una alternativa):

Haría antes una encuesta presencial o por redes sociales a potenciales clientes.

2.8 Sin contar su actual emprendimiento, ¿cuántas veces ha emprendido anteriormente? (Considere tanto éxitos como cierres de negocios). Escoja una alternativa.

1 a 3 veces.

2.9 Suponga por un minuto que su emprendimiento fracasa, que no es capaz de sacarlo adelante y debe cerrar. Usted (escoja una alternativa):

Lo volvería a intentar con el mismo emprendimiento, incorporando los aprendizajes y realizando los cambios necesarios.

2.10 A la hora de perseguir sus metas, ¿con cuál de las siguientes frases se identifica más? Escoja una alternativa.

"Me considero una persona perseverante que se adapta bien a los cambios".

2.11 ¿Qué hace cuando enfrenta una situación personal compleja? Escoja una alternativa.

Busca con quien conversar y encontrar una solución.

2.12 ¿Qué piensa sobre los fracasos del pasado? Elija la oración que mejor le represente.

Sigo adelante, sin pasar mucho tiempo pensando en lo que podría haber sucedido, tomando los aprendizajes.

2.13 Ante una crisis en su negocio, ¿qué es lo primero que hace? Escoja una alternativa.

Analiza las diversas causas de la crisis y toma decisiones al respecto.

2.14 ¿Cuál de las siguientes afirmaciones expresa mejor lo que usted piensa sobre el riesgo? Escoja una alternativa.

El riesgo puede ser inquietante, pero también es emocionante. Tomo un nivel de riesgo con el que me siento cómodo o cómoda.

2.15 Suponga por un minuto que no es seleccionado o seleccionada en el fondo concursable al que está postulando. Usted (escoja una alternativa):

Sale a buscar otras alternativas de financiamiento.

2.16 Un amigo le comenta que salió una noticia en la que se recomienda comprar dólares. Usted (escoja una alternativa):

Verifica la fuente de la información para saber si es real.

2.17 En los últimos 12 meses, ¿ha participado en capacitaciones formales para emprendedores/as? Por ejemplo: cursos en colegio, instituto técnico o universidad, talleres en la municipalidad, talleres de Sercotec, etc. Escoja una alternativa.

Sí - entre 41 y 60 horas.

2.18 En los últimos 12 meses, ¿se ha capacitado de manera "informal" en el ámbito de los negocios? Por ejemplo, a través de Youtube, libros, redes sociales, etc. Escoja una alternativa.

Sí - entre 21 y 40 horas.

Ámbito 3: Perfil del emprendimiento

3.1 ¿Qué hace para llevar o manejar la contabilidad de su negocio? Escoja una alternativa,

Puede crear estados financieros de su negocio, tales como estados de resultado, balances, estados de flujo y otros.

3.2 ¿Quién lleva o se hace cargo de la contabilidad de su negocio? Escoja una alternativa.

Usted lleva la contabilidad de su negocio y recibe asesoría de una persona conocida.

3.3 Seleccione la etapa de formalización en que está su negocio:

Sólo cuenta con una idea de negocio que espera concretar en el futuro.

3.4 ¿Cómo perciben sus clientes la marca de su negocio? Escoja una alternativa,

Su marca aún es desconocida para la mayoría de los clientes.

3.5 ¿Cómo realiza sus ventas directas? (Venta directa es la que hace directamente a sus clientes, sin intermediarios). Escoja una alternativa.

Aún no tiene ventas.

3.6 ¿Cuál es su principal canal de venta en línea u online? (Un canal de venta es el medio o plataforma por el cual un negocio ofrece sus productos y/o servicios a sus clientes). Escoja una alternativa.

Aún no realiza ventas, ya que su emprendimiento se encuentra en fase de idea.

3.7 La competencia de su negocio (escoja una alternativa):

No entrega la misma calidad de producto y/o servicio que mi negocio.

3.8 A grandes rasgos, ¿en qué consiste su emprendimiento? Escoja una alternativa.

Vende productos y servicios.

3.9 ¿Cuál cree que es el motivo por el cual la gente le compra a usted por sobre su competencia? Escoja una alternativa.

La calidad de sus productos y/o servicios.

3.10 ¿Su emprendimiento se ubica en el sector urbano o rural? Escoja una alternativa,

Sector urbano.

3.11 En promedio, ¿cuánto tiempo dedica a su negocio semanalmente? Escoja una alternativa.

Entre 11 y 20 horas.

3.12 Usted destina la mayor parte de su tiempo a (escoja una alternativa):

Su emprendimiento o negocio.

3.13 Escoja la etapa en que se encuentra su emprendimiento.

Tiene la idea clara, ya cuenta con su modelo de negocios y aún no tiene ventas.

3.14 ¿De dónde proviene la mayor parte de sus ingresos personales? Escoja una alternativa,

Otro (inversiones, arriendos, pensiones, etc.).

3.15 ¿Cuál fue la motivación principal por la cual inició su actual negocio o actividad por cuenta propia? Escoja una alternativa.

Deseaba iniciar su propio negocio o actividad independiente.

3.16 ¿Hay en su negocio alguna persona que se identifique o pertenezca a un pueblo originario o comunidad indígena de Chile? Escoja una alternativa.

No.

3.17 ¿Tiene su emprendimiento iniciativas sustentables, tales como comercio justo, economía circular (reciclaje, compostaje, reutilización, valorización o arriendo), proveedores sustentables, eficiencia energética o hídrica? Escoja una alternativa.

Sí.

3.18 ¿Usted apoya a alguna de las siguientes comunidades? Escoja una alternativa.

No lo hace.

3.19 ¿Qué hace con los residuos que genera su proyecto o negocio? Escoja una alternativa.

Los lleva a un punto limpio o recicla.

Ámbito 4: Canvas

4.1 ¿Quiénes son los principales clientes? ¿A qué tipo de clientes apunta nuestro negocio?

La construcción de nuestro negocio y la selección de clientes se fundamentan en cuatro fenómenos importantes a nivel nacional, los cuales también ayudan a comprender la proyección de nuestra propuesta. En primer lugar, la baja sostenida en la tasa de natalidad durante la última década, según datos del INE. En segundo lugar, el incremento en la adopción de mascotas, según el Registro Nacional de Mascotas. En tercer lugar, el aumento en el número de tiendas de mascotas desde 2019, con un crecimiento del sector que alcanza el 225%, según informa el Diario Financiero. Y por último, la creciente adopción de soluciones digitales innovadoras basadas en el Internet de las Cosas (IoT) tanto en empresas como en personas, según el Diario Financiero.

Segmento de Personas Dueñas de Mascotas: Personas naturales de 18 a 80 años, sin distinción de género, económicamente solventes y responsables de sus mascotas, ya sean perros o gatos. Se enfocan principalmente en la Región Metropolitana de Chile, aunque también consideramos a clientes provenientes de otras regiones del país. Según el Boletín Técnico de Estimación de Población Canina y Felina del 2022, el 89% de los encuestados indica que la compañía es la principal razón para tener mascotas, y un 92% las percibe como miembros adicionales de su familia. Además, un estudio de GFK revela que el 64% de los hogares en Chile posee mascotas y el 70% de ellos se ubica en la Región Metropolitana.

Segmento de Personas Nativas Tecnológicas: Personas naturales, sin distinción de género, nacidas entre 1981 y 1997, clasificadas como Millennials, quienes se caracterizan por su adaptación tecnológica en el uso de aplicaciones móviles y productos de Internet de las Cosas (IoT) relacionados con el bienestar y la tenencia responsable de mascotas. Según el estudio "Hábitos de consumo de los dueños de mascotas en Chile" de GFK en 2023, el 64% de los Millennials tiene mascota. Este segmento aborda el bienestar de las mascotas desde una perspectiva tecnológica e innovadora.

Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Nuestros clientes también incluyen empresas del rubro de servicios y productos para mascotas, tales como clínicas veterinarias, pet shops, criaderos, hoteles para mascotas, empresas de alimentos y accesorios para mascotas, entre otras. Estas empresas buscan soluciones tecnológicas innovadoras que les permitan optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia de sus clientes (dueños de mascotas), y mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo y exigente.

4.2 ¿Por qué los clientes deberían preferirme por sobre los demás? ¿Por qué los clientes deberían preferir mi producto/servicio por sobre los demás?

Propuesta de valor para personas dueñas de mascotas: Nos enfocamos en proporcionar una solución innovadora y tecnológicamente avanzada para el cuidado y bienestar de las mascotas, transformando el concepto de tenencia responsable en un monitoreo digital de fácil uso. A diferencia de otros productos en el mercado, que mayormente consisten en dispensadores de comida automatizados, nuestro dispositivo (plato inteligente) no solo ofrece una manera conveniente y precisa de supervisar el consumo de agua y alimento de las mascotas, sino que también se adapta a las necesidades específicas de cada animal mediante perfiles personalizados basados en edad, raza, y condiciones de salud, entre otros aspectos. Con Kitty-Paw, los clientes pueden tener la certeza de que están brindando el más alto nivel de cuidado y monitoreo del bienestar de sus mascotas, gracias a la simplicidad e intuición de la aplicación y su integración con el dispositivo.

Propuesta de valor para personas nativas tecnológicas: Para los Millennials y aquellos naturalmente inclinados hacia la tecnología, nuestra oferta representa la fusión perfecta entre la pasión por la innovación y el amor por las mascotas, ofreciendo una solución completa y contemporánea para el cuidado de sus animales domésticos. A diferencia de los productos que simplemente automatizan la entrega de comida a las

mascotas, nuestro dispositivo (plato inteligente) y la aplicación móvil proporcionan una experiencia totalmente nueva y moderna para monitorear y gestionar el consumo de agua y alimento de los animales, haciendo uso de técnicas de aprendizaje automático para el análisis de datos. Con sensores de peso, temperatura y perfiles personalizados de las mascotas, los clientes pueden acceder a datos precisos en tiempo real e históricos sobre el comportamiento alimenticio de sus animales, todo desde sus dispositivos móviles. Además, Kitty-Paw les permite crear perfiles detallados para cada mascota y recibir recomendaciones personalizadas para mejorar su salud y bienestar. Propuesta de valor para las empresas de servicios y productos para mascotas: Nos enfocamos en ofrecer un producto innovador y atractivo, con especial atención en la optimización de los costos de producción. Nuestro objetivo es simplificar el proceso de distribución y adquisición al por mayor del dispositivo (plato inteligente), facilitando así su venta por parte de empresas del sector, como clínicas veterinarias y tiendas especializadas en mascotas. Esto garantiza una operación fluida y eficiente, permitiendo que las empresas accedan fácilmente al producto y lo pongan a disposición de sus clientes de manera rápida. Reconocemos que el verdadero valor agregado reside en los servicios y membresías ofrecidos a través de nuestra aplicación, lo que representa una oportunidad importante para generar ingresos adicionales y fomentar la fidelidad de los clientes.

4.3 ¿A través de qué medios realizo las ventas a mis clientes? ¿Cuáles son los medios, para dar a conocer mi producto/servicio, que prefieren mi/s tipo/s de clientes? ¿Cuáles son los medios con los que obtendría mayor venta en mi modelo de negocio?

Nuestro modelo de negocio se basa en dos productos: la venta del dispositivo y la suscripción a la aplicación para acceder a un servicio de análisis y alertas más avanzado. Habrá también un servicio básico gratuito de monitoreo, accesible para todos. Tanto para el segmento de Personas Dueñas de Mascotas como para Personas Nativas Tecnológicas, la venta del dispositivo, en caso de ser presencial, podrá realizarse a través de pet shops, clínicas veterinarias y otros establecimientos especializados en productos para mascotas, donde los clientes puedan ver y probar el producto antes de adquirirlo. Por otro lado, la compra del dispositivo también podrá hacerse vía online, a través de nuestra plataforma web propia de Kitty-Paw o mediante comunicación por Instagram, en este último caso se añadirá el costo de envío del producto. Para estos segmentos, la venta del servicio de análisis y alertas de Kitty-Paw se llevará a cabo mediante la suscripción a una membresía de la aplicación, la cual se basará en un análisis personalizado vinculando la información del perfil de la mascota con los datos obtenidos por el dispositivo. Por ejemplo, cambios significativos en los ciclos de consumo de alimento o alertas relacionadas con visitas al veterinario (vacunas, antiparasitarios, etc.). Las principales formas de dar a conocer Kitty-Paw para estos dos tipos de clientes serán principalmente digitales, a través de redes sociales, reels, publicaciones en Instagram, shorts, videos y compra de espacios publicitarios en canales de streaming como YouTube y Twitch. Nuestra principal fuente de ingresos será mediante las suscripciones a la aplicación y también a través de acuerdos de publicidad y colaboraciones con marcas relacionadas con mascotas y estilo de vida para incentivar el uso de la aplicación. Esto podría incluir patrocinios de contenido en nuestra aplicación móvil, colaboraciones con influencers en redes sociales y espacios publicitarios en nuestro sitio web. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Para este segmento, la venta será únicamente del dispositivo, y se realizará a través de canales de comunicación como correo electrónico, llamadas y ventas presenciales, lo que permitirá concretar diversos acuerdos de compra con las empresas interesadas. En este segmento, la forma de dar a conocer el producto será mediante la comunicación con las áreas de ventas de estas empresas, coordinación de reuniones para la presentación del producto y la negociación de acuerdos económicos para su distribución y venta. También consideramos que la publicidad en redes sociales puede potenciar la comunicación de estas empresas e interés con Kitty-Paw.

4.4 ¿Qué relación tiene o espera tener con cada tipo de cliente descrito? ¿Alguno de los medios por los cuales busca relacionarse con el cliente, tiene algún costo asociado?

Para los segmentos de clientes Dueños de Mascotas y Nativos Digitales, buscamos establecer una relación ágil y digital, aprovechando al máximo las herramientas y plataformas tecnológicas disponibles, donde la interacción sea principalmente automatizada. Queremos ser percibidos como una marca innovadora y moderna, que comprende y se adapta a las preferencias y hábitos

tecnológicos de estos dos segmentos. Los medios por los cuales buscamos relacionarnos con este cliente pueden incluir comunicación a través de redes sociales, mensajes instantáneos, correos electrónicos automatizados y notificaciones push en la aplicación móvil. Estos medios pueden conllevar costos asociados, como el mantenimiento de perfiles en redes sociales, el envío de correos electrónicos masivos y el desarrollo de estrategias de marketing digital. Otro tipo de costo asociado a la relación con el cliente y su fidelización está vinculado con asesorías UX/UI para mejorar la experiencia del cliente en el uso de la aplicación Kitty-Paw. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Con este segmento de clientes, buscamos establecer una relación profesional y colaborativa, enfocada en el beneficio mutuo y el crecimiento conjunto. Deseamos ser percibidos como un socio estratégico que ofrece soluciones innovadoras y efectivas para ayudarles a alcanzar sus objetivos comerciales mediante la venta del dispositivo Kitty-Paw. Los medios por los cuales buscamos relacionarnos con este cliente pueden incluir reuniones comerciales presenciales, comunicación a través de correo electrónico y llamadas telefónicas. Estos medios pueden tener costos asociados, como los gastos de viaje y hospedaje para asistir a eventos, el desarrollo de material promocional y la contratación de personal para la atención al cliente y la gestión de relaciones comerciales.

4.5 ¿Por cuál tipo de producto/servicio estarían dispuestos a pagar más nuestros clientes? ¿Por cuál tipo de producto/servicio pagan actualmente los clientes? ¿Qué tipo de medio de pago prefieren utilizar mis clientes?

Para el Segmento Dueños de Mascotas y Nativos Digitales, la utilización de la aplicación está condicionada a la compra del dispositivo. Una vez adquirido el dispositivo, tendrán dos opciones de suscripción: una gratuita y otra de pago. La opción de pago incluirá un análisis personalizado de la mascota y acceso a datos históricos, lo que permitirá el procesamiento y análisis del consumo de agua, alimento, temperatura del entorno y su correlación con el perfil de la mascota. Esta será la opción por la cual estarán más dispuestos a pagar una parte del segmento de dueños de mascotas y, en su gran mayoría, los nativos digitales. Los clientes podrán inicialmente descargar la aplicación de forma gratuita y conectarla a un dispositivo Kitty-Paw. Si el cliente quisiera tener dos o más dispositivos por aplicación, deberá considerar un costo adicional que estará incluido en la versión de pago con acceso a análisis de datos de la mascota. Nuestra aplicación estará vinculada con entidades bancarias para generar pagos seguros que den confianza a nuestros clientes y faciliten la llegada de nuevos ingresos, evitando la pérdida de potenciales clientes debido a un funcionamiento engorroso en el proceso de suscripción a la aplicación y pago online del dispositivo. Por otro lado, la compra presencial del dispositivo se adaptará a las características de pago de la empresa encargada de su venta y distribución. Hoy en día, lo más cercano o similar a Kitty-Paw son los dispensadores de alimentos, y los clientes pagan por un producto que únicamente automatiza la entrega de alimento a las mascotas. La vinculación con las aplicaciones tiene relación con la definición de un horario para dispensar el alimento, reproducción de sonidos y grabaciones de los dueños para las mascotas. Para el Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas, estas tendrán acceso a la compra del dispositivo para la venta y distribución, y según las características de los acuerdos con las empresas será lo que estén dispuestas a gastar. La venta del dispositivo a las empresas tendrá dos modelos: la venta al por mayor del dispositivo y la colocación del dispositivo en tiendas con una ganancia de un porcentaje por venta. Tanto la definición del valor como los porcentajes de ganancia estarán sujetos a los acuerdos con las empresas.

4.6 ¿Qué elementos se debe adquirir para generar mi producto/servicio y entregue a los diferentes tipos de clientes?

Segmento Personas Dueñas de Mascotas: Para satisfacer las necesidades de este segmento, requerimos recursos físicos como placas electrónicas de desarrollo como la ESP8266, sensores de presión, temperatura, humedad y luz, de calidad para el funcionamiento del dispositivo Kitty-Paw y un espacio adecuado para la producción, como un taller. En cuanto a los recursos humanos, precisamos personal capacitado en configuración e implementación de protocolos de comunicación MQTT para integración en la App, diseño y fabricación, así como veterinarios para garantizar la seguridad del producto. Y en términos financieros, necesitamos invertir en investigación, marketing dirigido a

dueños de mascotas y alianzas con negocios relacionados. Segmento Personas Nativas Tecnológicas: Este segmento tiene una alta exigencia en la experiencia con la aplicación; debemos ser atentos a las necesidades y demanda de recursos físicos necesarios para sostener el funcionamiento, como equipos de última generación para el desarrollo de la aplicación móvil y servidores para gestionar los datos de Kitty-Paw. En cuanto a los recursos humanos, requerimos desarrolladores de software especializados y diseñadores de experiencia de usuario. Financieramente, necesitamos invertir en tecnología, marketing digital y desarrollo continuo de la aplicación. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Para atender a estas empresas se requiere de un fuerte plan de marketing y una infraestructura logística eficiente para cumplir con la demanda. En términos de recursos humanos, requerimos personal de producción, ventas y logística. Y para acceder a los recursos financieros, debemos invertir en equipos de producción, establecer relaciones comerciales sólidas y de conocimiento con otras marcas.

4.7 ¿Qué acciones se deben realizar para que mi producto/servicio se entregue a los diferentes tipos de clientes?

Para los segmentos de Personas Dueñas de Mascotas y Personas Nativas Tecnológicas, las acciones clave en la producción y diseño incluyen el desarrollo del dispositivo inteligente, desde la selección de los componentes hasta la comunicación de los sensores y el almacenamiento de información en servicios en la nube para su posterior implementación en la aplicación. También se contempla la creación del prototipo y pruebas para garantizar su óptimo funcionamiento. Posteriormente, se procede a la fabricación en serie del dispositivo para satisfacer la demanda del mercado, junto con el diseño y desarrollo de la aplicación móvil, asegurando su compatibilidad con diversos sistemas operativos y dispositivos. Se integran funcionalidades clave como el monitoreo del consumo de agua y alimento, análisis de datos y notificaciones, todo ello sometido a pruebas exhaustivas para garantizar su eficacia y facilidad de uso. En este punto, se requerirá la contratación de personal experto para asesorar en el diseño del prototipo óptimo y el funcionamiento de la aplicación. En cuanto a las horas de trabajo estimadas para un año, se calcula que este desarrollo puede requerir 5 horas semanales, 20 horas mensuales o 240 horas anuales, considerando el avance que se ha logrado en el prototipo. Para la venta y publicidad, será necesario registrar en diversas redes sociales y diseñar una propuesta de marketing innovadora, enfocada especialmente en los clientes más nativos digitales, dado que nuestras mayores ganancias están relacionadas con los medios digitales. En cuanto al segmento de Empresas de Servicios y Productos para Mascotas, es necesario aumentar la producción y establecer una red logística eficiente para la distribución a gran escala. Además, se debe negociar acuerdos comerciales sólidos y contratos de distribución con estas empresas. Desarrollar estrategias de marketing empresarial, como participación en ferias comerciales y presentaciones comerciales, será crucial. Por último, ofrecer un servicio postventa especializado para las empresas garantizará relaciones comerciales duraderas y sólidas.

4.8 ¿Cuáles son los costos (fijos y variables) para el funcionamiento de los elementos y acciones clave definidos?

El total de Costos fijos mensuales estimados de Kitty-Paw en un mes es \$191.666. Este monto se obtiene sumando los valores mensuales correspondientes a "Habilitación de infraestructura" (\$30.000) y "Capital de trabajo (2 personas)" (\$161.667). Habilitación de infraestructura: • Todos los meses (mes 1 a mes 12) con un monto de \$30.000 cada mes. Capital de trabajo (2 personas): • Todos los meses (mes 1 a mes 12) con un monto de \$161.667 cada mes. El total de Costos variables estimados de Kitty-Paw varía dependiendo del mes en cuestión, como esta es una proyección a 1 año podemos plantear lo siguiente: Se presenta el desglose de los costos variables mensuales según la tabla de gastos que se encuentra en el Canvas. Asistencia técnica y asesoría en gestión: • Meses 1, 6 y 9 (\$90.000 cada mes) Capacitación: • Mes 1 (\$100.000) Gastos de formalización: • Mes 1 (\$30.000) Acciones de marketing: • Meses 6 al 12 (\$16.667 cada mes) Activos: • Meses 1 al 4 (\$175.000 cada mes) De igual manera el promedio de gastos variables mensuales en un año es de \$100.000. Cabe mencionar que estos costos variables son estimados y pueden variar en la práctica dependiendo de los requerimientos específicos del proyecto Kitty-Paw cada mes.

4.9 ¿Cuáles son las alianzas realizadas o a realizar para mejorar la satisfacción de mis clientes?

Para mejorar la satisfacción de los clientes de Kitty-Paw, algunas alianzas estratégicas que podrían ser beneficiosas son con veterinarios y clínicas veterinarias y así establecer alianzas para integrar sus conocimientos y recomendaciones directamente en la app. Esto añadiría un componente profesional de salud para las mascotas y haría que los dueños confíen más en el servicio. Alianzas con tiendas de mascotas reconocidas podrían permitir descuentos, suscripciones de alimentos, accesorios recomendados según el perfil de la mascota, etc. Esto ampliaría el ecosistema de servicios. Colaborar con ONG's podría permitir campañas conjuntas de concientización y tenencia responsable de mascotas, además de fomentar las adopciones responsables. Alianzas de co-marketing con marcas reconocidas podría dar más visibilidad al producto y confianza a los usuarios. En resumen, buscar alianzas con actores clave de la industria de mascotas agregaría valor, credibilidad y oportunidades extras que mejorarían la propuesta de Kitty-Paw y la satisfacción del cliente usando el dispositivo y la app.

4.10 ¿Qué acciones puedo implementar en mi negocio, desde el punto de vista de la eficiencia energética, energías renovables y economía circular? de manera de hacer mi producto o servicio más sustentable. ¿Tenía ya incorporada alguna de estas acciones en el proceso de mi producto o servicio?

En Kitty-Paw, podemos implementar acciones digitales que contribuyan a la eficiencia energética. Esto incluye ajustarnos a las Digital Green Skills, desde la construcción de una página web alojada en sitios que utilicen energías renovables, hasta la selección de proveedores de servicios en la nube que cumplan con estándares de eficiencia y sustentabilidad energética. Además, es importante contar con habilidades en diseño web responsivo para garantizar que la página sea accesible y funcione correctamente en una variedad de dispositivos y tamaños de pantalla. Este enfoque no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también puede reducir el consumo de energía al evitar el uso excesivo de recursos en dispositivos móviles. Por otro lado, medir el consumo de agua de nuestras mascotas con Kitty-Paw puede ser sumamente beneficioso. Al tener una idea clara de cuánta agua necesitan las mascotas, los propietarios pueden evitar el desperdicio de agua al proporcionar solo la cantidad necesaria. Además, al monitorear de manera precisa la cantidad de agua que consumen las mascotas, los propietarios pueden desarrollar una mayor conciencia sobre el uso de este recurso. Esto puede llevar a una mayor responsabilidad en cuanto a no desperdiciar agua y utilizarla de manera más eficiente.

Ámbito 5: Estructura de Costos

5.1 ¿Cuáles serán los principales costos que su negocio deberá enfrentar durante el primer año de funcionamiento?

| Categoría | Ítem | Aporte Solicitado a Sercotec |
|---|--|------------------------------|
| Acciones de Gestión Empresarial | Asistencia técnica y asesoría en gestión | \$ 270.000 |
| | Capacitación | \$ 100.000 |
| | Gastos de formalización | \$ 30.000 |
| | Acciones de marketing | \$ 100.000 |
| Subtotal Acciones de Gestión Empresarial | | \$ 500.000 |
| Inversiones | Activos | \$ 700.000 |
| | Habilitación de infraestructura | \$ 360.000 |
| | Capital de trabajo | \$ 1.940.000 |
| Subtotal Inversiones | | \$ 3.000.000 |

| | |
|---|---------------------|
| Consolidado | |
| Acciones de Gestión Empresarial | \$ 500.000 |
| Inversiones | \$ 3.000.000 |
| Total solicitado a Sercotec | \$ 3.500.000 |
| Aporte empresarial mínimo obligatorio | \$ 105.000 |
| Monto Total | \$ 3.605.000 |
| IVA | \$ 684.950 |
| Aporte total empresarial (Aporte empresarial + IVA) | \$ 789.950 |
| Total proyecto | \$ 4.289.950 |

5.2 Describa las inversiones y acciones de gestión empresarial identificadas anteriormente

Asistencia técnica y asesoría en gestión: Asesoría networking y conectividad de la placa electrónica, continuidad operacional y stream de datos. Asesoría en servicio Cloud y comunicación con apps.
Capacitación: Realización de curso internet de las cosas (IoT) y curso de formación de StartApp
Gastos de formalización: Gastos necesarios para formalizar la empresa mediante la plataforma empresa en un día
Acciones de marketing: Community manager que este a cargo de 1 publicación mensual en RRSS por 6 meses para mostrar el avance del dispositivo y su puesta en marcha.

5.3 Indique total de Costos fijos estimados (en cifras) de su emprendimiento en un mes.

191666

5.4 Indique total de Costos variables estimados (en cifras) de su emprendimiento en un mes

100000

5.5 Indique total de Ingresos estimados (en cifras) de su emprendimiento en un mes.

0

Ámbito 6: Video Pitch

6.1 Describa su idea de negocio a través de un video.

Nombre de archivo subido: Kitty Paw_FINAL.mp4